

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, tingkat pengetahuan karyawan PT Gramedia Asri Media di Surabaya mengenai *brand* Gramedia adalah tinggi. Penelitian ini meneliti tingkat pengetahuan karyawan Gramedia mengenai empat elemen *brand* yaitu Nama, Logo, Tagline, dan Kisah *brand* Gramedia.

Hasil tingkat pengetahuan karyawan yang tertinggi diantara keempat elemen *brand* adalah tingkat pengetahuan karyawan Gramedia mengenai Nama *Brand* Gramedia yang terletak pada atribut *brand*, yaitu seragam hitam. Hal tersebut dikarenakan seragam hitam adalah pakaian atau atribut yang hampir setiap hari digunakan saat karyawan Gramedia sedang bekerja.

Selanjutnya, dari hasil tabulasi silang antara tingkat pengetahuan karyawan PT Gramedia Asri Media di Surabaya mengenai pembaharuan *brand* perusahaan dengan frekuensi Jabatan, terdapat kesimpulan bahwa dari seluruh responden yang memiliki jabatan *Store Associate* memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai pembaharuan *brand* Gramedia dikarenakan karyawan *Store Associate* adalah anak muda yang berusia 20 –

29 tahun, sehingga lebih mudah mencerna / menerima dan mengingat informasi mengenai pembaharuan *brand* Gramedia yang sudah disosialisasikan oleh perusahaan. Maka, hasil dari penelitian ini adalah karyawan PT Gramedia Asri Media di Surabaya mengetahui dan memahami *brand* perusahaan dengan baik.

V.2 Saran

IV.2.1 Saran Praktis

PT Gramedia Asri Media dapat menyampaikan cerita perjalanan perusahaan, kegiatan yang pernah dilakukan, dan penghargaan-penghargaan yang pernah diraih oleh Gramedia kepada seluruh karyawan, sehingga ketika karyawan bertemu dengan konsumen ataupun pihak lain dapat menceritakan keunggulan dan kelebihan Gramedia serta dapat membawa pengaruh positif bagi perusahaan.

IV.2.2 Saran Akademis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian yang akan datang yang berkaitan dengan fenomena yang sama namun dengan metode, jenis penelitian, dan pendekatan yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2001). *Metode Penelitian Sosial : Format Kuantitatif & Kualitatif*. Surabaya : Airlangga University Press.
- Effendy, Onong Uchjana (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Gray, John (2000). *Mars dan Venus Bersatu Selamanya : Keterampilan-Keterampilan Berhubungan Untuk Membina Cinta Abadi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip & Pfoertsch, Waldemar (2006). *B2B Brand Management*. New York : Springer.
- Kriyantono, Rachmat (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Lattimore, K.C., Baskin, O., Heiman, S.T., & Toth, E.L. (2010). *Public Relations : Profesi dan Praktik*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Lebard, Rendleman, & Dolan (2006). *Delivering The Brand Promise Through Employees. The Marsh & Lennan Companies Journal* (online), Volume XXXIV, No.1**

- Notoatmodjo, Soekidjo (2007). *Kesehatan Masyarakat : Ilmu dan Seni*.
Jakarta : Rineka Cipta.
- Rangkuti, Freddy (2004). *The Power of Brands*. Jakarta : PT Gramedia
Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady (2012). *Manajemen Public Relations dan Media
Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ruslan, Rosady (2013). *Metode Penelitian : Public Relations dan
Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian (1989). *Metode Penelitian Survei*.
Jakarta : LP3ES.
- Silalahi, Ulber (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Refika
Aditama.
- Stevens – Long, Judith (1984). *Adult Life : Development Processes 2nd ed.*
Los Angeles : Mayfield Publishing Company.
- Tjiptoheriyanto, P., & Nagib, L. (2008). *Pengembangan Sumber Daya
Manusia : Diantara Peluang dan Tantangan*. Jakarta : LIPI
Press.
- Wasesa, S.A & Macnamara, J (2010). *Strategi Public Relations*. Jakarta :
PT Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal

Muzellec, Laurent & Lambkin, Mary (2005). *Corporate Rebranding*

Destroying, Transferring or Creating Brand Equity. Journal is

available at : www.emeraldinsight.com/0309-0566.htm

Prayudi & Juanita, Jana (2005). *Strategic Corporate Communication Dalam*

Proses Repositioning dan Rebranding. Jurnal Ilmu Komunikasi

Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta, Vol

2 No 2, Desember 2005 : 159-176.

Febriansyah (2013). *Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Terhadap*

Citra Merek pada PT Telkom tbk Di Bandar Lampung. JMA

Vol. 18 No. 2 Oktober - November 2013, Institut Teknologi

dan Bisnis Kalbe, Jakarta

Toub, Jim (2014). *In and Out of The Margins : The Doodle in Art and*

Popular Culture. Southeastern Collage Art Conference Review.

Sumber:[http://go.galegroup.com/ps/retrieve.do?tabID=T002&](http://go.galegroup.com/ps/retrieve.do?tabID=T002&resultListType=RESULT_LIST&searchResultsType=SingleTab&searchType=BasicSearchForm¤tPosition=7&docId=GALE%7CA403061311&docType=Essay&sort=Relevance&contentSegment=&prodId=EAIM&contentSet=GALE%7CA403061311&searchId=R1&userGroupName=idfpptij&inPS=true)

[resultListType=RESULT_LIST&searchResultsType=SingleTab](http://go.galegroup.com/ps/retrieve.do?tabID=T002&resultListType=RESULT_LIST&searchResultsType=SingleTab&searchType=BasicSearchForm¤tPosition=7&docId=GALE%7CA403061311&docType=Essay&sort=Relevance&contentSegment=&prodId=EAIM&contentSet=GALE%7CA403061311&searchId=R1&userGroupName=idfpptij&inPS=true)

[&searchType=BasicSearchForm¤tPosition=7&docId=G](http://go.galegroup.com/ps/retrieve.do?tabID=T002&resultListType=RESULT_LIST&searchResultsType=SingleTab&searchType=BasicSearchForm¤tPosition=7&docId=GALE%7CA403061311&docType=Essay&sort=Relevance&contentSegment=&prodId=EAIM&contentSet=GALE%7CA403061311&searchId=R1&userGroupName=idfpptij&inPS=true)

[ALE%7CA403061311&docType=Essay&sort=Relevance&con](http://go.galegroup.com/ps/retrieve.do?tabID=T002&resultListType=RESULT_LIST&searchResultsType=SingleTab&searchType=BasicSearchForm¤tPosition=7&docId=GALE%7CA403061311&docType=Essay&sort=Relevance&contentSegment=&prodId=EAIM&contentSet=GALE%7CA403061311&searchId=R1&userGroupName=idfpptij&inPS=true)

[tentSegment=&prodId=EAIM&contentSet=GALE%7CA40306](http://go.galegroup.com/ps/retrieve.do?tabID=T002&resultListType=RESULT_LIST&searchResultsType=SingleTab&searchType=BasicSearchForm¤tPosition=7&docId=GALE%7CA403061311&docType=Essay&sort=Relevance&contentSegment=&prodId=EAIM&contentSet=GALE%7CA403061311&searchId=R1&userGroupName=idfpptij&inPS=true)

[1311&searchId=R1&userGroupName=idfpptij&inPS=true](http://go.galegroup.com/ps/retrieve.do?tabID=T002&resultListType=RESULT_LIST&searchResultsType=SingleTab&searchType=BasicSearchForm¤tPosition=7&docId=GALE%7CA403061311&docType=Essay&sort=Relevance&contentSegment=&prodId=EAIM&contentSet=GALE%7CA403061311&searchId=R1&userGroupName=idfpptij&inPS=true)

Skripsi

Limarga, Stefanie (2016). *Tingkat Pengetahuan Pengunjung Loop Station*

Bandung Mengenai Brand Loop Melalui Below The Line.

Surabaya : Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya,

Fakultas Ilmu Komunikasi.

Linando, Jennie (2013). *Tingkat Pengetahuan Karyawan JW Marriott Hotel*

Surabaya Terhadap Brand Identity Perusahaan. Surabaya :

Universitas Kristen Petra, Fakultas Ilmu Komunikasi.

Wawancara

Rama Setyawardhana, *Store Assistant Manager* Gramedia Tunjungan

Plaza. Wawancara pada 18 November 2016, 30 Januari 2017,

dan 6 Juni 2017.

Septiawan Hadi Wijaya, *Sales Superintendent* Gramedia Royal Plaza.

Wawancara ada 24 November 2016.

Irwan Susanto, *Supervisor* Gramedia Royal Plaza. Wawancara pada 10

Desember 2016, 11 Desember 2016, dan 31 Mei 2017.

Aini, *Cashier* Gramedia Royal Plaza. Wawancara pada 15 Januari 2017.

Wahyu, *Store Associate* Gramedia Royal Plaza. Wawancara pada 15 Januari

2017.

Arintiya, *Customer Service* Gramedia Royal Plaza. Wawancara pada 31

Mei 2017

Ndari, *Store Associate* Gramedia Tunjungan Plaza. Wawancara pada 6 Juni

2017.

Kiki, *Store Associate* Gramedia Tunjungan Plaza. Wawancara pada 6 Juni

2017.

Media online

[http://sumsel.tribunnews.com/2015/12/18/gramedia-perkenalkan-identitas-](http://sumsel.tribunnews.com/2015/12/18/gramedia-perkenalkan-identitas-barunya-yang-lebih-elegan-dan-moderen)

barunya-yang-lebih-elegan-dan-moderen. Diakses pada 8

Desember 2016.

[http://www.tribunnews.com/bisnis/2015/05/11/gramedia-perkenalkan-](http://www.tribunnews.com/bisnis/2015/05/11/gramedia-perkenalkan-konsep-dan-logo-baru)

konsep-dan-logo-baru. Diakses pada 8 Desember 2016.

[http://www.kompasgramedia.com/internal-lounge/read-info-kita/gramedia-](http://www.kompasgramedia.com/internal-lounge/read-info-kita/gramedia-konsep-baru)

konsep-baru. Diakses pada 12 Desember 2016.

<http://www.medanguide.com/gramedia-2.html?lang=id>. Diakses pada 17

Februari 2016.

<http://gramediascienceday.com/>. Diakses pada 17 Februari 2016.

[http://surabaya.tribunnews.com/2015/12/19/sambut-perubahan-zaman-](http://surabaya.tribunnews.com/2015/12/19/sambut-perubahan-zaman-gramedia-bertransformasi)

gramedia-bertransformasi. Diakses pada 30 November 2016.

<http://surabaya.tribunnews.com/2015/12/19/inilah-makna-perubahan-brand-gramedia>. diakses pada 30 November 2016.

<http://kompasgramedia.com/news/read/toko-buku-gramedia-raih-3-penghargaan-terbaik-di-indonesia>. Diakses pada 2 Februari 2017

<http://www.gramedia.com/>. Diakses pada 15 Mei 2017

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2016/12/10/065017626/gramedia-raih-penghargaan.best.industry.marketing.champion> , diakses 19 Mei 2017

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2016 , diakses 18 Mei 2017

<http://www.tribunnews.com/nasional/2016/04/12/kompas-gramedia-sabet-penghargaan-asia-best-companies-2016>, diakses 18 Mei 2017

<http://properti.kompas.com/read/2010/08/18/19253791/toko.buku.gramedia.pertahankan.top.brand> , diakses 19 Mei 2017